

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan provinsi tertua kedua di Negara Republik Indonesia setelah Jawa Timur, yang dibentuk oleh pemerintah negara bagian Indonesia. Provinsi ini juga memiliki status istimewa atau otonomi khusus. Status ini merupakan sebuah warisan dari zaman sebelum kemerdekaan. Kesultanan Yogyakarta dan juga Kadipaten Paku Alaman, sebagai cikal bakal DIY, memiliki status sebagai “Kerajaan vassal/Negara bagian/Expendent state” dalam pemerintahan penjajahan mulai dari VOC, Hindia Perancis (Republik Bataav Belanda-Perancis), India Timur/EIC (Kerajaan Inggris), Hindia Belanda (Kerajaan Nederland) dan terakhir Tentara Angkatan Darat XVI Jepang (Kekaisaran Jepang).

Keistimewaan yang dimaksud selain penambahan nama menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), juga sistem pemerintahannya pun berbeda. Jika kota-kota lain di Indonesia posisi pemimpin dipimpin oleh gubernur, yang dahulu dipilih oleh pemerintah atau saat ini melalui pemilihan kepala daerah, maka di Yogyakarta yang menjadi pemimpinnya adalah Sultan yang ditetapkan secara langsung, bukan melalui pemilihan.

Sultan yang memerintah Yogyakarta sudah turun temurun, semenjak Sri Sultan Hamengku Buwono I sampai saat ini Sri Sultan Hamengku Buwono X (SHB X). Permasalahan mulai muncul ketika terciptanya sistem demokratis

yang merupakan produk dari masa reformasi, yaitu setiap pemimpin daerah harus dipilih melalui suatu pemilihan, bukan ditentukan oleh pemerintah pusat.

Namun menjelang berakhirnya masa jabatan Gubernur DIY pada tahun 2011, yang merupakan Keputusan Presiden Nomor 86/P/2008 yang memperpanjang jabatan Sultan Hamengku Buwono X sebagai Gubernur DIY hingga tahun 2011, isu mengenai perubahan status daerah istimewa yang disandang oleh DIY mulai ramai dibicarakan lagi. Sebelumnya keadaan ini pernah juga terjadi, yaitu pada saat berakhirnya masa jabatan Gubernur DIY pada tahun 1998. Pada saat itu pemerintah pusat menghendaki penentuan Gubernur dilakukan dengan cara pemilihan melalui DPRD sebagaimana tertuang dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1974, namun di sisi lain masyarakat Yogyakarta menghendaki penetapan langsung Sultan Hamengku Buwono X sebagai Gubernur DIY. Bahkan perbedaan persepsi tersebut berimbas pada aksi penolakan masyarakat Yogyakarta terhadap kedatangan Menteri Dalam Negeri waktu itu yaitu Syarwan Hamid pada saat pelantikan Sultan Hamengku Buwono X sebagai Gubernur DIY periode 1998-2003. Polemik, konflik dan tarik ulur kepentingan tersebut ternyata kembali terulang pada tahun 2003 pada saat berakhirnya masa jabatan Sultan Hamengku Buwono X sebagai gubernur periode 1998-2003 dan pada tahun 2008 pada saat berakhirnya masa jabatan Gubernur periode 2003-2008, bahkan disertai dengan munculnya gerakan massa yang menolak pemilihan Gubernur dan

Wakil Gubernur serta mendukung penetapan Sultan Hamengku Buwono X dan KGPAA Paku Alaman IX sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DIY.¹

Setelah beredar isu pemilihan gubernur, yang merupakan salah satu substansi Rancangan Undang-Undang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta (RUUK DIY), muncul reaksi dari masyarakat Yogyakarta yang memilih penetapan gubernur. Melalui jajak pendapat² yang dilakukan secara independen oleh Litbang Kompas Jogja³ pada 27 Maret 2008, menunjukkan hasilnya 76,1% menghendaki SHB X dan Paku Alam IX ditetapkan menjadi gubernur dan wakil gubernur DIY. sedangkan 20,81% menginginkan gubernur DIY dipilih melalui Pilkada.

Pada tanggal 22 September 2008 Litbang Kompas Jogja (Fatchiati, 2008:1) mengadakan jajak pendapat dengan tema "Besar, Dukungan terhadap Wacana Penetapan" dari 324 responden 79,9% mendukung penetapan, sedangkan 16% memilih pilkada. sedangkan pada 8 Oktober 2008, yakni satu hari sebelum jabatan Gubernur dan Wagub DIY berakhir. Litbang Kompas Jogja⁴ kembali mengadakan jajak pendapat dengan tema "Berharap SHB X Tetap Menjabat Gubernur DIY". Kali ini Litbang mengambil responden 329 dengan hasil 72,3% berharap SHB X ditetapkan menjadi Gubernur DIY, sedangkan sisanya setuju jika Gubernur dipilih mekanisme pemilihan.

¹ Suryo Sakti Hadiwijoyo, *Menggugat Keistimewaan Jogjakarta: Tarik Ulur Kepentingan, Konflik Elite, dan Isu Perpecahan*. Yogyakarta: Penerbit Pinus. 2009. hal 8.

² jajak pendapat yang dilakukan Litbang Kompas Jogja dilakukan melalui telepon dengan responden berusia minimal 17 tahun, tinggal di Yogyakarta dan sekitarnya dan dipilih secara proposional dan acak dengan menggunakan pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru

³ Baskara, Bima, 2008. "Pilkada Tidak Diminat" (Hasil Jajak Pendapat). Yogyakarta: Litbang Kompas Jogja edisi 27 Maret 2008

⁴ Fatchiati, Nurul. 2008. "Besar, Dukungan terhadap Wacana 'Penetapan'" (Hasil Jajak Pendapat). Yogyakarta: Litbang Kompas Jogja edisi 8 Oktober 2008

Pro dan kontra mengenai hal-hal yang menyangkut keistimewaan mencuat lagi menjelang berakhirnya jabatan yang dipegang oleh Sultan Hamengku Buwono X. namun kali ini pemerintah menjawab pro dan kontra ini dengan membuat RUUK DIY. Isi RUUK DIY diantaranya adalah Sultan Hamengku Buwono X dan Paku Alam IX, walaupun tidak menjadi gubernur dan wakil gubernur, mereka akan tetap jadi orang nomor satu dan kedua di Yogya; Pemerintah Daerah yang terpilih harus meminta persetujuan apapun ke Sultan terkait pemerintahan. Bahkan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam menyusun anggaran pun harus meminta persetujuan Sultan; Kalau Sultan dan Paku Alam mencalonkan diri sebagai gubernur dan wakil gubernur, maka pencalonan itu bersifat perorangan, tanpa melalui partai politik; Jika Sultan dan Paku Alam mencalonkan diri, maka kerabat Keraton lainnya tidak boleh mencalonkan diri; Jika hanya satu-satunya calon, maka DPRD tidak akan lagi melakukan pemilihan terhadap Sultan dan Paku Alam: Mereka langsung dikukuhkan menjadi gubernur dan wakil gubernur; Jika tidak terpilih jadi gubernur dan wakil gubernur, posisi Sultan dan Paku Alam adalah gubernur utama dan wakil gubernur utama. Posisi ini berada di atas gubernur/kepala daerah. Apapun kebijakan kepala daerah harus meminta persetujuan pada gubernur utama (Sultan) dan wakil gubernur utama (Paku Alam).

Yang menjadi masalah disini adalah perbedaan aspirasi dari dua pihak, yaitu pemerintah pusat yang menginginkan jabatan kepala daerah DIY dipilih dengan cara pilkada dan pihak lainnya adalah masyarakat DIY yang menginginkan penetapan langsung sebagai cara pemilihan kepala daerah.

Selama RUUK DIY tidak juga dibahas dan disahkan maka nasib pemerintahan DIY pun akan menjadi tanda tanya. Kecuali pemerintah pusat mengambil keputusan lain yang bisa menyelamatkan status DIY, misalnya dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perppu) atau Keputusan Presiden (Keppres) yang berisi pengangkatan kembali SHB X dan Paku Alam IX menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur untuk satu periode, yakni 2008-2013. Dengan demikian status Yogyakarta tetap dapat dipertahankan sekaligus juga menunggu hingga RUUK DIY disahkan.⁵

Gubernur yang memimpin DIY dipilih secara turun temurun, dari Sultan Hamengku Buwono I hingga Sultan Hamengku Buwono X yang memimpin saat ini. Begitu pula dengan wakil gubernur yang juga dipilih secara turun temurun, dari Paku Alam I hingga Paku Alam IX. Sistem ini telah berlangsung ratusan tahun, sehingga masyarakat Yogyakarta telah terbiasa dan menerima cara tersebut. Sultan Hamengku Buwana X sebagai representasi dari kesultanan Yogyakarta juga ikut terseret kedalam konflik kepentingan ini. Karena selama ini Sultan Hamengku Buwana X sebagai gubernur Yogyakarta yang ditunjuk melalui penetapan langsung, akan dapat mengalami perubahan jika rencana pemerintah dalam merubah status keistimewaan Yogyakarta terlaksana. Jabatan gubernur akan di tetapkan melalui jalur pemilihan dan bukan penetapan langsung seperti yang selama ini dilakukan. Perubahan yang

⁵Eprilianty, Lidwina Chometa Halley. 2009. Polling Opini Masyarakat tentang Polemik Jabatan Gubernur DIY dalam Koran Lokal DIY (Analisis Framing terhadap atas Opini Narasumber sebagai Representasi Masyarakat tentang Polemik Jabatan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2008-2013 dalam SKH *Kedaulatan Rakyat* dan SKH *Bernas Jogja*)

melibatkan posisi sultan ini tentu saja mengusik respon dari masyarakat Yogyakarta.⁶Respon sikap dari masyarakat ini dapat didasari oleh berbagai sebab, diantaranya dapat didasari oleh citra yang selama ini dimiliki Sultan Hamengku Buwana X.

Citra yang melekat pada seorang tokoh masyarakat dapat menjadi faktor penting bagi masyarakat dalam mengambil sikap. Karena citra yang melekat pada seorang individu dapat ditentukan dari kredibilitasnya selama ini. Citra dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap tokoh tersebut, juga sebagai referensi bagi masyarakat dalam menentukan keputusan terkait dengan tokoh tersebut. Sehingga citra dapat dikatakan sebagai alat untuk memperkuat keputusan seseorang.

Penelitian ini hendak menyoroti pengaruh citra Sultan Hamengku Buwana X terhadap sikap masyarakat Yogyakarta mengenai status keistimewaan Yogyakarta. Melalui media, banyak pemberitaan yang menyebutkan bahwa hampir seluruh rakyat Yogyakarta menginginkan agar status keistimewaan Yogyakarta serta posisi Sultan Hamengku Buwana X tidak diganggu gugat. Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat mengetahui apakah sikap rakyat yang mendukung keistimewaan Yogyakarta dipengaruhi oleh citra Sultan Hamengku Buwana X sebagai Sultan Yogyakarta. Penelitian ini juga hendak melihat apakah faktor budaya, yang tercermin pada etnis, yang melekat pada masyarakat Yogyakarta memberikan

⁶Harian KOMPAS, 1 Oktober 2008, *Keistimewaan Jogjakarta, Belum Ada Kesatuan Pandangan Dalam Draft Ruu Keistimewaan*.

pengaruh terhadap sikap masyarakat terhadap penetapan langsung Sultan Hamengku Buwana X (SHB X) sebagai gubernur DIY.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimanakah pengaruh citra Sultan Hamengku Buwono X terhadap sikap masyarakat Yogyakarta pada penetapan langsung SHB X sebagai gubernur DIY?

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis pengaruh citra Sultan Hamengku Buwono X terhadap sikap masyarakat Yogyakarta pada penetapan langsung SHB X sebagai gubernur DIY.

D. MANFAAT PENELITIAN

Akademis

1. Memberikan sumbangan pengetahuan tentang hubungan antara citra seorang tokoh terhadap pengambilan sikap seseorang
2. Memberikan sumbangan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi citra.

Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dipakai sebagai referensi bagi pengambil keputusan yaitu pemerintah dalam menyelesaikan rancangan undang-undang keistimewaan Yogyakarta.

E. KERANGKA TEORI

Setiap pengambilan keputusan dipengaruhi oleh berbagai hal. Begitupun keputusan untuk mendukung seorang tokoh. Setiap pengambilan sikap yang dilakukan seseorang, baik disadari maupun tidak, diperoleh melalui proses pertimbangan berbagai faktor. Dalam pengambilan keputusan dalam mendukung seorang tokoh, hal yang pertama kali dipertimbangkan antara lain adalah citra yang dimiliki tokoh tersebut. Berikut merupakan penjabaran beberapa teori yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan sekumpulan informasi yang disimpan di dalam ingatan. Ingatan tersebut akan dijadikan bahan referensi memutuskan pilihan. Pengetahuan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan, karena pengetahuan juga faktor penentu utama dari perilaku seseorang.⁷ Definisi lain mengungkapkan bahwa pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini setelah orang melakukan penginderaan

⁷Engel, James F, Roger DB. Dan Paul WM. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. Penerjemah F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara. Hal. 315

terhadap obyek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, penciuman, rasa dan raba.⁸

Secara umum seseorang memiliki dua jenis pengetahuan, yaitu:⁹

a. Pengetahuan umum

Pengetahuan umum mengacu pada interpretasi seseorang terhadap informasi relevan di lingkungannya.

b. Pengetahuan prosedural

Pengetahuan prosedural mengacu pada bagaimana melakukan sesuatu.

Baik pengetahuan umum maupun pengetahuan prosedural, didapat melalui pembelajaran kognitif. Pembelajaran kognitif muncul ketika seseorang menerjemahkan informasi yang ada di lingkungan dan menciptakan pengetahuan atau arti yang baru.

Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinganya. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang. Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai enam tingkatan:¹⁰

a. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah

⁸Notomodjo, S. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku. Cetakan I.* 2007. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Hal. 139

⁹Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry C. 1999. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Keempat.* Jakarta: Erlangga. Hal. 52

¹⁰Notomodjo, S. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku. Cetakan I.* 2007. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Hal. 140

mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu, tahu ini merupakan tingkat pengetahuan paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, mendefinisikan, menguraikan, menyatakan dan sebagainya.

b. Memahami (*comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap materi atau objek harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan dan sebagainya.

c. Aplikasi (*aplication*)

Aplikasi diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi di sini dapat diartikan sebagai penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip dalam konteks atau situasi yang lain.

d. Analisis (*analysis*)

Analisi adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam suatu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain.

e. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjuk pada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formula baru dari formula yang sudah ada.

f. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria yang telah ada.

Pengetahuan seseorang akan suatu objek, akan memberikan dampak positif pada kesan seseorang terhadap objek tertentu. Dengan artian bahwa semakin banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang akan suatu objek maka akan sangat mempengaruhi kesan yang mereka munculkan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang, yaitu:¹¹

a. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Definisi lain menurut Undang-undang Sisdiknas tahun 2003 pasal 1 ayat 12 “Pendidikan non formal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur

¹¹Ibid. Hal. 142

dan berjenjang” sedangkan ayat 13 menyatakan “Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan”. Sedangkan pendidikan formal disebut juga pendidikan sekolah.¹² Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi tingkat pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapat informasi, baik dari orang lain maupun media massa. Pengetahuan sangat erat kaitannya dengan pendidikan dimana diharapkan seseorang dengan pendidikan tinggi, maka semakin luas pula pengetahuannya. Namun perlu ditekankan bahwa seorang yang berpendidikan rendah tidak berarti mutlak berpengetahuan rendah pula. Peningkatan pengetahuan tidak mutlak diperoleh di pendidikan formal, tetapi juga dapat diperoleh pada pendidikan informal.

b. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

c. Mass media/ informasi

Salah satu efek dari majunya teknologi adalah tersedianya bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi

¹²<http://elearn.bppisp-reg5.go.id>. Di akses pada 11 juli 2011

pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut.

d. Sosial budaya dan ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan orang-orang tanpa melalui penalaran baik dilakukan dengan baik atau buruk. Dengan demikian seseorang akan bertambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan pembelajaran. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang.

e. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu, yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya

interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

f. Usia

Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik.

2. Citra

Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia, terbitan Balai Pustaka menyebutkan citra berarti: (1) (Kata benda): gambar, rupa, gambaran. (2) Gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. (3) Mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsure dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.¹³ Berikut ini adalah definisi citra menurut beberapa sumber antara lain:

a. Menurut Philip Kotler,

*“An image is sum of beliefs, ideas and impressions that a person holds regarding an object. People attitude and actions toward an object are highly conditions by that object’s image”.*¹⁴

(citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu

¹³ Ardial. *Komunikasi Politik*. 2009. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. Hal 45

¹⁴ Cutlip, Center, Scott M., Allen H, Glen M, Broom. 2006. *Effective Public Relations edisi Sembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal 553

obyek akan ditentukan oleh citra obyek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya).

b. Menurut Rhenald Kasali,

“Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan”.¹⁵

Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi

c. Menurut Kenneth E. Boulding,

*“The image is built up as a result of all experience of the possessor of the image.”*¹⁶

(citra dibentuk sebagai hasil dari pengalaman masa lalu pemilik citra).

Berdasarkan penjelasan Boulding, dapat disimpulkan, citra adalah serangkaian pengetahuan dan pengalaman serta perasaan (emosi) maupun penilaian yang diorganisasikan ke dalam sistem kognisi manusia yang diyakini kebenarannya.

d. Menurut Dowling,

*“An image is the set of meanings by which an object is known and through which people describe, remember and relate to it. That is the next result of the interaction of a person’s beliefs, ideas, feelings, and impression about an object”.*¹⁷

(citra adalah satu set pengertian yang diketahui tentang suatu objek, dimana melalui suatu objek dikenal dan melalui orang dapat mendeskripsikan, mengingat dan mengasosiasikan. Hal tersebut

¹⁵ Kasali, Rhenald. 2005. Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Pustaka Utama Grafiti. Hal 30

¹⁶ Ardial. *Komunikasi Politik*. 2009. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. Hal 45

¹⁷ Riel, Cess B. M van. 1995. *Principles of Corporate Communication*. Prantice Hall. Hal 27

merupakan hasil dari interaksi terhadap keyakinan, ide, perasaan dan kesan terhadap suatu objek)

- e. Citra perusahaan adalah adanya persepsi (yang berkembang dalam benak publik) terhadap realitas (yang muncul dalam media atau pengalaman)¹⁸
- f. Citra adalah segala sesuatu yang dipelajari seseorang, yang relevan dengan situasi dan dengan tindakan yang bisa terjadi di dalamnya. Di dalam citra tercakup segala keseluruhan pengetahuan seseorang (kognisi), baik benar maupun keliru, semua preferensi (afeksi) yang melekat pada tahap tertentu, peristiwa yang menarik atau menolak orang tersebut dalam situasi itu, dan semua pengharapan yang dimiliki orang tentang apa yang mungkin terjadi jika ia berperilaku dengan cara yang berganti-ganti terhadap objek di dalam situasi itu.¹⁹ Ringkasnya citra adalah kecenderungan yang tersusun dari pikiran, perasaan dan kesudian. Citra selalu berubah seiring dengan berubahnya pengalaman.
- g. Citra perusahaan adalah gagasan atau persepsi mental dari khayalak tertentu atas suatu perusahaan atau organisasi yang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman khalayak itu sendiri.²⁰

¹⁸Wasesa, Silih Agung. 2005. Strategi *Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 13

¹⁹Nimmo, Dan. Komunikasi Politik Khalayak dan Efek (penerjemah: Tjun Surjaman). 2000. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 4

²⁰Anggoro, L.M. 2000. Teori dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: PT. Erlangga. Hal 306

Dengan memahami definisi citra diatas, maka dapat disimpulkan bahwa citra seorang tokoh adalah seperangkat kesan yang timbul dan keyakinan seseorang terhadap tokoh tersebut. Citra tokoh tersebut menentukan sikap dan tindakan seseorang dalam hal dukungannya kepada tokoh tersebut.

Selain itu dari definisi citra diatas juga diperoleh bahwa kesan dan keyakinan seseorang (citra itu sendiri) dibentuk oleh persepsi yang terdapat di benak publik dan pengetahuan dari pemahaman informasi ataupun pengalaman khalayak terhadap seorang tokoh. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa persepsi dan pengetahuan khalayak mempengaruhi citra tokoh yang berisi kesan dan keyakinan. Citra tokoh itu sendiri pada akhirnya mempengaruhi keputusan khalayak untuk mendukung tokoh tertentu.

2.1 Kredibilitas Sumber

Menurut Kriyantono citra positif mengandung arti kredibilitas perusahaan dimata publik adalah baik. Dalam konteks penelitian ini, citra melekat pada komunikator atau sumber yaitu SHB X. Citra yang positif dapat dilihat dari kredibilitas sumber atau komunikator di mata masyarakat.

Kredibilitas adalah kesan yang terbentuk pada diri khalayak terhadap komunikator yang berkaitan dengan karakter atau

wataknya.²¹ Dalam penelitian ini, komunikator yang dimaksud adalah Sultan Hamengku Buwono X. Menurut Kriyantono, kredibilitas mencakup dua hal yaitu:

a. Kemampuan (*expertise*)

Persepsi publik bahwa perusahaan dirasa mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan, harapan maupun kepentingan publik. Dalam penelitian ini, kemampuan berkaitan dengan kemampuan tokoh dalam memenuhi kebutuhan, harapan maupun kepentingan masyarakat.

b. Kepercayaan (*trustworthiness*)

Persepsi publik bahwa perusahaan dapat dipercaya untuk komitmen menjaga kepentingan bersama. Perusahaan dipersepsi tidak semata-mata mengejar kepentingan bisnis, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, kepercayaan berkaitan dengan kesan seseorang terhadap kejujuran Sultan Hamengku Buwono X sebagai gubernur yang menjabat dalam menjalankan tugas-tugasnya.

James McCroskey lebih jauh menjelaskan bahwa kredibilitas dapat bersumber dari lima hal yaitu:²²

g. Kompetensi

²¹ Ardial. Komunikasi Politik. 2009. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. Hal 81

²² Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal 96

Kompetensi ialah penguasaan yang dimiliki komunikator terhadap masalah yang dihadapi. Dengan kata lain, kualitas seorang tokoh yang dinilai oleh masyarakat.

h. Karakter

Karakter menunjuk pada pribadi komunikator apakah ia konsisten atau toleran dalam prinsipnya. Dengan kata lain, sikap seorang tokoh dinilai oleh masyarakat.

i. Intensi

Intensi bisa disebut dengan maksud atau tujuan dari sumber. Tujuan menunjukkan apakah hal-hal yang disampaikan itu punya maksud yang baik atau tidak. Dengan kata lain, maksud yang baik dari seorang tokoh akan membuat masyarakat percaya padanya.

j. Kepribadian

Kepribadian menunjukkan apakah sumber memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat. Kesan yang didapat oleh penerima (masyarakat) terhadap seorang tokoh dapat disimpulkan dari perilakunya sehari-hari.

k. Dinamika

Dinamika menunjukkan apakah hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya. Masyarakat akan memberi perhatian lebih kepada seorang tokoh ketika tokoh tersebut memberikan informasi dengan penuh semangat dan keyakinan.

Dari penjabaran kredibilitas di atas maka disimpulkan bahwa untuk menilai citra positif seorang tokoh dapat dilihat dari kemampuan, kepercayaan, kompetensi, karakter, intensi, kepribadian dan dinamika.

3. Persepsi

Menurut Kotler, persepsi adalah sebuah proses dimana seseorang melakukan seleksi, organisasi dan interpretasi informasi-informasi yang masuk ke dalam pikirannya menjadi sebuah gambar besar yang memiliki arti.²³ Dengan kata lain, informasi yang telah diinterpretasi berubah menjadi persepsi, kemudian persepsi menjadi gambar besar yang memiliki arti berupa citra. Dalam penelitian ini, persepsi membentuk atau mempengaruhi citra tokoh itu sendiri.

Schifmann & Kanuk menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain sehingga persepsi mempunyai sifat subyektif.²⁴

Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh memorinya. Semua yang pernah memasuki wilayah *sensory* dan mendapat perhatian oleh seseorang, akan disimpan dalam memorinya sehingga ketika mendapat stimulus, memori itu akan dibuka kembali dan dijadikan referensi untuk menanggapinya. Dengan demikian proses persepsi

²³Wasesa, Silih Agung. Strategi *Public Relations*. 2005. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 13

²⁴Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I. Ihalauw. Perilaku Konsumen. 2005. Yogyakarta: Andi Offset. Hal 67

seseorang terhadap suatu obyek dipengaruhi pengalaman masa lalunya yang tersimpan dalam memori.²⁵

Persepsi melibatkan beberapa proses. Wayne Delozier menyatakan persepsi merupakan proses pembentukan kesan yang melibatkan perhatian, pemahaman dan penilaian terhadap stimulus inderawi.²⁶ Tahap-tahap dalam persepsi adalah sebagai berikut:

a. Perhatian

Perhatian terjadi karena manusia dikelilingi oleh banyak sekali pesan dan stimulus yang datang dari lingkungannya. Manusia menyaring pesan yang tidak ia inginkan dan memperhatikan pesan-pesan yang ingin ia perhatikan. Proses ini disebut perhatian. Perhatian merupakan tahap awal proses psikologi yang berkaitan dengan proses seleksi untuk memberikan respon pada stimulus tertentu. Proses seleksi ini terjadi karena manusia ingin menyerap informasi secara tepat.

b. Pemahaman

Merupakan tahap dalam persepsi dimana penerima melakukan pengaturan atau pengorganisasian pesan yang diterimanya kedalam realitasnya sendiri. Proses pemahaman adalah proses penerimaan stimuli melalui filter konseptual dimana proses itu penerima harus mengidentifikasikan stimuli yang diterimanya. Dengan cara ini, penerima membuat pemahaman atas pesan-pesan atau stimuli yang

²⁵Sutisna. Perilaku Konsumen dan Komunikasi pemasaran. 2002. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset. Hal 62-63

²⁶DeLozier, M. Wayne. The Marketing Communication Proses. International Student Edition. 1976. McGraw-Hill, Inc. Hal 44

diterimanya. Kemudian melakukan penyesuaian atas stimuli yang diterima dan pengalaman terdahulu yang dimiliki penerima. Tidak jarang penerima melakukan penyederhanaan distorsi, pengaturan dan lain-lain.

c. Penilaian

Penilaian merujuk pada usaha untuk memberi arti pada stimulus atau pesan yang masuk dalam saringan perseptual manusia yaitu dengan memberi penilaian pada stimulus atau pesan itu. Setiap manusia memiliki penilaian yang berbeda-beda meskipun stimulus dan atau pengalaman masa lalu yang dialami tersebut sama.

Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi seseorang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain termasuk yang disebut sebagai faktor-faktor personal.²⁷ Selanjutnya Rakhmat menjelaskan yang menentukan persepsi bukan jenis bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberi respon pada stimuli.

Persepsi juga meliputi kognisi (pengetahuan), yang mencakup penafsiran objek, tanda dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan.²⁸

4. Sikap

²⁷Rakhmat, Jalaludin. 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal. 55

²⁸Gibson, James. 1986. *Organisasi Perilaku: Struktur dan Proses*. Diterjemahkan oleh Djoerban Wahid. Jakarta: Erlangga. Hal. 54

Sikap menurut Warren & Jahoda adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap objek tertentu baik secara positif maupun negatif dengan mendasarkan diri pada keyakinan-keyakinan yang terorganisasi.²⁹

Dari definisi tersebut dapat diidentifikasi empat aspek penting dari sikap, yaitu:

a. Sikap memiliki dimensi afektif

Komponen perasaan atau afektif ini menjadi karakteristik utama sikap. Aspek inilah yang muncul ketika seseorang mengevaluasi objek sosial dalam kategori baik-buruk, kuat-lemah, aktif-pasif dan seterusnya. Aspek ini pula yang terlihat ketika seseorang menunjukkan pendiriannya terhadap objek komunikasi tertentu seperti dalam pernyataan “saya mendukung atau tidak mendukung sesuatu, setuju atau tidak setuju”

Dengan demikian komponen perasaan ini memberi warna positif atau negatif terhadap persepsi seseorang tentang objek tertentu.

b. Sikap adalah keyakinan-keyakinan yang terorganisasi

Sikap seseorang terhadap suatu objek tidak hanya didasari pada keyakinan melainkan sekumpulan keyakinan yang tunggal. Ketika keyakinan yang saling berkaitan digabungkan maka terbentuklah sikap.

Rokeach mengidentifikasi dua jenis keyakinan, yakni:³⁰

²⁹Venus, Antar. *Manajemen Kampanye*. 2007. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Wasesa, Silih Agung. *Strategi Public Relations*. 2005. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 104

i. Keyakinan deskriptif

Berkaitan dengan pernyataan tentang objek, orang, atau peristiwa faktual dan dapat diverifikasi.

ii. Keyakinan preskriptif

Direpresentasikan dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan dimensi nilai, moral, atau etika orang yang bersangkutan.

c. Sikap bersifat relatif menetap

Para ilmuwan sosial sepakat bahwa sikap bukanlah pikiran atau evaluasi yang muncul begitu saja tentang objek tertentu. Sikap dibangun lewat proses sosialisasi dan interaksi yang panjang dan diperteguh berulang kali selama hidup seseorang. Dengan demikian sifat itu relatif stabil dan sulit untuk berubah. Namun demikian bukan berarti sikap tidak dapat diubah. Seseorang dapat melakukannya dengan cara terlebih dahulu mengubah keyakinan yang mendasari sikap seseorang.

d. Sikap merefleksikan komponen behavioral dari keyakinan-keyakinan individu

Sikap merefleksikan kombinasi keyakinan sekitar objek atau situasi yang merepresentasikan kecenderungan untuk merespon. Begitu kecenderungan terbentuk maka ia akan memandu perilaku seseorang menghadapi objek dengan sikap yang sama.

³⁰Ibid. Hal 105

5. Budaya

Menurut G. Owens dalam bukunya *Organizational Behavior in Education* mengemukakan definisi budaya menurut Terrence Deal and Allan Kennedy adalah sebagai berikut:

“Culture is a system of shared values and benefit that interact with an organization’s people, organizational structures, and control system to produce behavioral norms.”

Budaya adalah suatu sistem pembagian nilai dan kepercayaan yang berinteraksi dengan orang dalam suatu organisasi, struktur organisasi, dan sistem kontrol yang menghasilkan norma perilaku.

Sedangkan definisi budaya menurut Edgar H. Schein mendefinisikan budaya dalam bukunya *Organizational Culture and Leadership* sebagai berikut :

“Culture is a pattern of basic assumption invented, discovered, or developed by given group as it learns to cope with its problem of external adaptation and internal integration-that has worked well enough to be considered valid and, therefore, to be taught to new members as the correct way to perceive, think and feel in relation to those problem.”

Budaya adalah suatu pola asumsi dasar yang diciptakan, ditemukan atau dikembangkan oleh kelompok tertentu sebagai pembelajaran untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang resmi dan terlaksana dengan baik dan oleh karena itu diajarkan/diwariskan kepada anggota-anggota baru sebagai

carayang tepat memahami, memikirkan, dan merasakan terkait dengan masalah-masalah tersebut.

Budaya pada umumnya merupakan kebiasaan yang sudah tertanam dalam kehidupan masyarakat, budaya terbentuk melalui proses penciptaan, penertiban, dan pengelolaan nilai-nilai insani.

Sunarto mendefinisikan budaya sebagai sistem symbol, keyakinan, nilai, sikap, harapan dan norma tingkah laku yang dimiliki bersama. Semua anggota diharapkan mempunyai asumsi serupa mengenai bagaimana orang seharusnya berpikir, bertindak laku, dan berkomunikasi, dan mereka semua cenderung bertindak sesuai asumsi ini dengan cara serupa.

Ruslan lebih lanjut mendefinisikan budaya atau kebudayaan sebagai hasil budidaya manusia yang tinggi, luhur dan sangat dihargai serta dihormati oleh masyarakat lingkungannya. Budaya dapat juga merupakan hasil budidaya manusia yang pada dasarnya adalah perpaduan antara : “cita, rasa dan karsa” masyarakat yang diakui bersama, bermanfaat, keluhuran, dan terdapat suatu perangkat nilai-nilai kebaikan yang terkandung di dalamnya sehingga dapat dijadikan acuan sebagai pedoman bersikap, bertindak dan berperilaku baik dalam pergaulan antar individu (non formal) maupun mengadakan kontak hubungan

sosial (social contact) sehari-hari menurut tata krama yang berlaku (formal) di masyarakat.³¹

Beberapa pemikir dan penulis telah mengadopsi tiga sudut pandang berkaitan dengan budaya³²:

- a. Budaya merupakan produk konteks pasar di tempat organisasi beroperasi, peraturan yang menekan, dan sebagainya.
- b. Budaya merupakan produk struktur dan fungsi yang ada dalam organisasi, misalnya organisasi yang sentralisasinya berbeda dengan organisasi yang terdesentralisasi.
- c. Budaya merupakan produk sikap orang-orang dalam pekerjaan mereka, hal ini berarti produk perjanjian psikologis antara individu dengan organisasi.

5.1. Etnis

Etnis atau kelompok etnik atau suku bangsa adalah suatu golongan manusia yang anggota-anggotanya mengidentifikasi dirinya dengan sesamanya, biasanya berdasarkan garis keturunan yang dianggap sama.³³ Identitas suku pun ditandai oleh pengakuan orang lain akan ciri khas kelompok tersebut dan oleh kesamaan budaya, bahasa, agama, perilaku atau ciri-ciri biologis.

³¹ Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal 326

³² Moeljono, Djokosantoso. 2003. *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Hal 17

³³ Antropology, The Study of ethnicity, minority groups and identity. Encyclopedia Britannica. 2007

Menurut pertemuan internasional tentang tantangan dalam mengukur dunia etnis pada tahun 1992, “Etnisitas adalah sebuah faktor fundamental dalam kehidupan manusia. Ini adalah sebuah gejala yang terkandung dalam pengalaman manusia” meskipun definisi ini seringkali mudah diubah-ubah. Yang lain, seperti antropolog Fredrik Barth dan Eric Wolf, menganggap etnisitas sebagai hasil interaksi, dan bukan sifat-sifat hakiki sebuah kelompok. Proses-proses yang melahirkan identifikasi seperti itu disebut etnogenesis. Secara keseluruhan, para anggota dari sebuah kelompok suku bangsa mengklaim kesinambungan budaya melintasi waktu, meskipun para sejarawan dan antropolog telah mendokumentasikan bahwa banyak dari nilai-nilai, praktik-praktik, dan norma-norma yang dianggap menunjukkan kesinambungan dengan masa lalu itu pada dasarnya adalah temuan yang relatif baru.

Etnis cenderung merujuk pada ‘suku asli’. Penggolongan ini dilegitimasi oleh perbedaan fisik serta konstruk sosial yang ada di masyarakat.

Sebagai pengetahuan harus dipahami bahwa konsep ras sebagai bagian dari kajian genetik memang menurunkan pembedaan yang secara mutlak harus diterima. Untuk tidak mencampur-adukkan konsep ras dan etnis, Sanderson

menjelaskan pengertian ras menurut kajian sosiologi dan antropologi fisik sebagai,

“Suatu kelompok atau kategori orang-orang yang mengidentifikasikan diri mereka sendiri, dan diidentifikasi oleh orang-orang lain, sebagai perbedaan sosial yang dilandasi oleh ciri-ciri fisik atau biologis ... (sementara) kelompok etnis digunakan untuk mengacu suatu kelompok atau kategori sosial yang perbedaannya terletak pada kriteria kebudayaan, bukan biologis”³⁴

Dengan demikian, suatu ras dapat terdiri dari beberapa kelompok etnis, dan berbicara etnis sudah barang tentu menjadi lebih luas dari pada sekedar bicara ras. Ras, agama, bahasa, kebudayaan adalah sesuatu yang secara bersama-sama membangun konsep tentang etnis. Narol mengasumsikan kelompok etnis sebagai suatu populasi yang³⁵:

- a. Secara biologis berkembang
- b. Mempunyai nilai-nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa kebersamaannya dalam suatu bentuk budaya
- c. Membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri
- d. Menentukan ciri kelompoknya yang diterima kelompok lain dan dapat dibedakan dari kelompok populasi lain.

F. KERANGKA KONSEP

³⁴Sanderson, Stephen K. 2000. Makro Sosiologi: Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal. 355

³⁵Abdillah S, Ubed. 2002. *Politik Identitas Etnis: Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Magelang: Indonesiatara. Hal. 77

Konsep merupakan abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu.³⁶ Berdasarkan kerangka teori yang telah dijabarkan diatas, maka dibentuk sebuah kerangka konsep yang akan mendasari penelitian ini.

a. Tingkat pengetahuan

Pengetahuan merupakan sekumpulan informasi yang disimpan di dalam ingatan. Ingatan tersebut akan dijadikan bahan referensi memutuskan pilihan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan yaitu pendidikan, pengalaman, media massa, sosial budaya/ekonomi, lingkungan dan usia. Pengetahuan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan, karena pengetahuan juga faktor penentu utama dari perilaku seseorang. Semakin banyak pengetahuan positif yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, akan memberikan dampak baik pada sikap seseorang terhadap objek tersebut.

Dalam penelitian ini tingkat pengetahuan masyarakat terhadap SHB X dibatasi pada informasi-informasi yang berkaitan dengan SHB X selama menjabat sebagai gubernur DIY. Informasi-informasi ini akan dikorelasikan dengan citra SHB X. Apabila masyarakat memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai keberhasilan dan pencapaian SHB X selama menjabat gubernur maka kesan masyarakat terhadap citra SHB X akan semakin positif.

³⁶Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1987. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Hal 34

b. Citra

Citra menurut beberapa sumber memiliki definis sebagai berikut:

a. Menurut Philip Kotler,

*“An image is sum of beliefs, ideas and impressions that a person holds regarding an object. People attitude and actions toward an object are highly conditions by that object’s image”.*³⁷

(citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obye akan ditentukan oleh citra obyek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya).

b. Menurut Rhenald Kasali,

*“Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan”.*³⁸

Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi

c. Menurut Kenneth E. Boulding,

*“The image is built up as a result of all experience of the possessor of the image.”*³⁹

(citra dibentuk sebagai hasil dari pengalaman masa lalu pemilik citra).

Berdasarkan penjelasan Boulding, dapat disimpulkan, citra adalah serangkaian pengetahuan dan pengalaman serta perasaan (emosi) maupun penilaian yang diorganisasikan ke dalam sistem kognisi manusia yang diyakini kebenarannya.

³⁷ Cutlip, Center, Scott M., Allen H, Glen M, Broom. 2006. *Effective Public Relations edisi Sembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal 553

³⁸ Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti. Hal 30

³⁹ Ardial. *Komunikasi Politik*. 2009. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. Hal 45

d. Menurut Dowling,

*“An image is the set of meanings by which an object is known and through which people describe, remember and relate to it. That is the next result of the interaction of a person’s beliefs, ideas, feelings, and impression about an object”.*⁴⁰

(citra adalah satu set pengeertian yang diketahui tentang suatu objek, dimana melaluinya suatu objek dikenal dan melaluinya orang dapat mendeskripsikan, mengingat dan mengasosiasikan. Hal tersebut merupakan hasil dari interaksi terhadap keyakinan, ide, perasaan dan kesan terhadap suatu objek)

Citra berdasarkan kerangka teori diatas dapat disimpulkan sebagai seperangkat kesan yang melekat pada pihak luar mengenai seorang tokoh berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka. Dalam penelitian, ini citra dibatasi hanya pada citra yang berlaku dimasyarakat mengenai kesan mereka terhadap SHB X sebagai gubernur DIY. Kesan disini diperoleh berdasarkan pengalaman dan pengamatan terhadap SHB X selama menjabat sebagai gubernur DIY. Kesan masyarakat terhadap SHB X sebagai pembentuk citra yang dinilai oleh peneliti dapat dilihat dari hal-hal berikut ini

a. Kemampuan (*expertise*)

Kesan terhadap keahlian SHB X dilihat dari kemampuan dalam memenuhi kebutuhan, harapan, maupun kepentingan masyarakat yang selama ini dipimpin.

b. Kepercayaan (*trustworthiness*)

⁴⁰Riel, Cess B. M van. 1995. *Principles of Corporate Communication*. Prantice Hall. Hal 27

Kesan terhadap kejujuran SHB X dalam melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawab jabatannya.

c. Kompetensi

Kesan terhadap kompetensi SHB X dilihat dari prestasi yang diraih selama memimpin.

d. Karakter

Kesan terhadap pribadi SHB X, apakah konsisten atau toleran dalam prinsipnya.

e. Intensi

Kesan terhadap maksud tujuan SHB X, yang dapat membuat masyarakat percaya terhadapnya.

f. Kepribadian

Kesan terhadap pribadi SHB X, apakah hangat dan bersahabat yang dapat disimpulkan dari perilaku yang terlihat oleh masyarakat.

g. Dinamika

Kesan terhadap dinamis yang didapat dari SHB X dilihat dari semangatnya dalam menyampaikan pidato di depan publik.

Persepsi sangat erat kaitannya dengan citra dan pengambilan sikap. Berdasarkan kerangka teori, persepsi adalah sebuah proses dimana seseorang melakukan seleksi, organisasi dan interpretasi informasi-informasi yang masuk ke dalam pikirannya menjadi sebuah gambar besar

yang memiliki arti.⁴¹ Dengan kata lain, informasi yang telah diinterpretasi berubah menjadi persepsi, kemudian persepsi menjadi gambar besar yang memiliki arti berupa citra.

c. Sikap masyarakat

Sikap menurut Warren & Jahoda adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap objek tertentu baik secara positif maupun negatif dengan mendasarkan diri pada keyakinan-keyakinan yang terorganisasi.⁴² Keyakinan yang dimaksud berasal dari persepsi seseorang mengenai suatu objek.

Dalam penelitian ini, informasi-informasi yang diketahui masyarakat dan diyakini kebenarannya dipandang sebagai persepsi masyarakat terhadap SHB X. Persepsi yang telah menjadi citra SHB X ini yang diasumsikan memberikan pengaruh pada pengambilan sikap masyarakat terhadap penetapan langsung SHB X sebagai gubernur DIY.

d. Etnis

Polemik mengenai RUUK yang mengusik status yang disandang Yogyakarta sejak terbentuknya Republik Indonesia jelas mempengaruhi masyarakat di DIY, terlebih bagi masyarakat asli Yogyakarta atau beretnis Jawa Yogyakarta. Permasalahan mengenai cara penunjukan kepala daerah

⁴¹Wasesa, Silih Agung. *Strategi Public Relations*. 2005. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 13

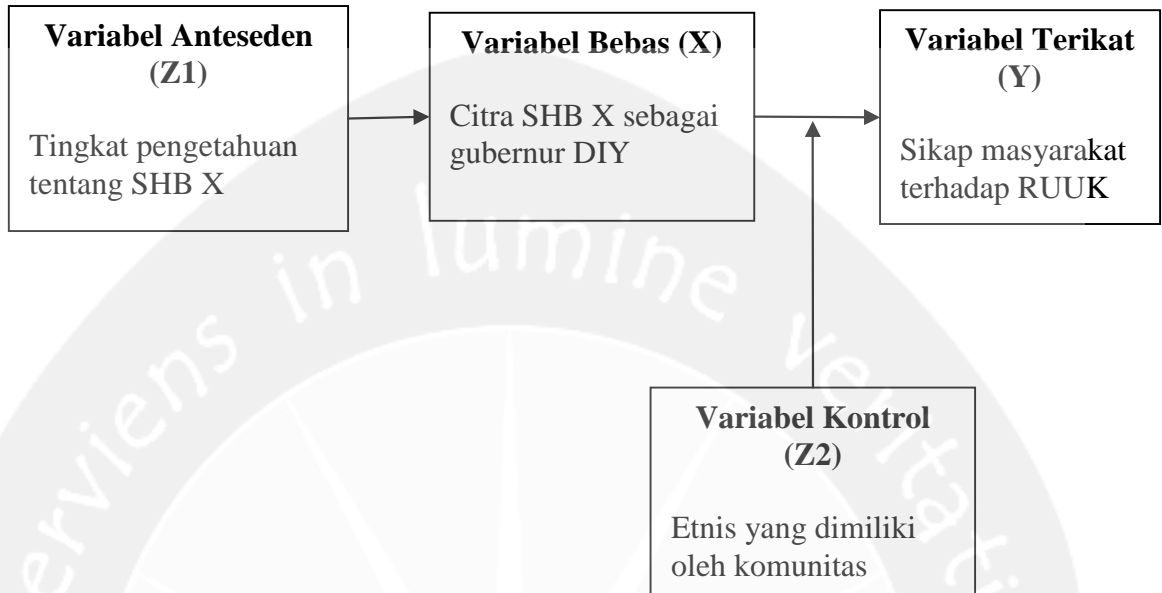
⁴²Venus, Antar. *Manajemen Kampanye*. 2007. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Wasesa, Silih Agung. *Strategi Public Relations*. 2005. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 104

yang merupakan substansi RUUK bagi komunitas masyarakat asli Yogyakarta atau beretnis Jawa Yogyakarta memiliki arti lebih dari permasalahan politik. Bagi mereka kepemimpinan di Yogyakarta mungkin bukan hanya dianggap sebagai masalah politis namun juga sebagai bagian dari budaya. Nilai-nilai kepercayaan yang dianut oleh masyarakat secara turun temurun turut terusik dengan akan adanya perubahan oleh RUUK.

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah komunitas masyarakat asli Yogyakarta atau beretnis Jawa Yogyakarta yang tinggal di DIY. Peneliti membagi etnis menjadi dua kategori yaitu Jawa Yogyakarta dan bukan Jawa Yogyakarta. Dimana diasumsikan responden yang beretnis Jawa Yogyakarta lebih condong memegang teguh nilai-nilai budaya Yogyakarta yang menganggap kepala daerah bukan hanya sekedar pembuat kebijaksanaan daerah melainkan lebih dari itu yaitu sebagai pengayom masyarakat Yogyakarta dan menjalankan nilai-nilai budaya yang diwariskan turun temurun. Maka diasumsikan masyarakat beretnis Jawa Yogyakarta akan lebih cenderung mengambil sikap mendukung pihak yang dipersepsikan akan memegang teguh nilai-nilai budaya Yogyakarta.

Gambar 1

Model Hubungan Antar Model



G. DEFINISI OPERASIONAL & PENGUKURAN

Sebuah konsep harus dioperasionalkan agar dapat diukur. Proses ini disebut operasionalisasi konsep atau definis operasional (Kriyantono 2008:26). Hasilnya berupa konstruk dan variabel beserta indikator-indikator pengukurannya. Penelitian bergantung pada pengamatan dan pengamatan tidak dapat dibuat tanpa sebuah pernyataan atau batasan yang jelas mengenai apa yang diamati. Pernyataan atau batasan ini adalah hasil dari kegiatan mengoperasionalkan konsep, yang memungkinkan penelitian mengukur konsep/konstruk/variabel yang relevan dan berlaku bagi semua jenis variabel.

Tabel 1

Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala pengukuran
Variabel bebas (X) X→ citra SHB X sebagai gubernur DIY	Penilaian masyarakat terhadap SHB X	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keahlian ▪ Kejujuran ▪ Kompetensi ▪ Karakter ▪ Intensi ▪ Kepribadian ▪ Dinamis 	Skala ordinal: 5= sangat positif 4=positif 3=netral 2=netral 1=negatif
Variabel terikat (Y) Y→sikap masyarakat	Sikap masyarakat terhadap penetapan langsung SHB X sebagai gubernur DIY	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mendukung ▪ Tidak Mendukung 	Skala nominal 1=mendukung 2=tidak mendukung
Variabel anteseden (Z1) Z1→tingkat pengetahuan	Masyarakat mendeskripsikan fakta yang mereka ketahui mengenai SHB X	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sebagai gubernur, SHB X telah melaksanakan tugasnya dengan baik ▪ Keputusan politik SHB X ▪ Keteguhan memegang nilai-nilai budaya Yogyakarta dalam memerintah 	Skala ordinal 1=benar (mengetahui fakta) 0=salah (tidak mengetahui fakta)
Variabel kontrol (Z2) Z2→etnis		Dipengaruhi latar belakang budaya dalam mengambil sikap	Skala nominal 1= Jawa Yogyakarta 2= bukan Jawa Yogyakarta

H. HIPOTESIS

Hipotesis adalah kesimpulan sementara mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih (Singarimbun & Effendi, 1987:44). Berdasarkan penjelasan teori dan konsep diatas maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hubungan Z1 terhadap X

a. Hipotesis Teoritis

Citra SHB X dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan masyarakat tentang SHB X.

b. Hipotesis Riset

Semakin positif tingkat pengetahuan tentang SHB X, maka semakin positif citra SHB X sebagai gubernur DIY.

c. Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada hubungan antara tingkat pengetahuan tentang SHB X terhadap citra SHB X.

d. Hipotesis Alternatif (H_a)

Ada hubungan antara tingkat pengetahuan tentang SHB X terhadap citra SHB X.

2. Hubungan X terhadap Y

a. Hipotesis Teoritis

Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra SHB X terhadap sikap masyarakat Yogyakarta untuk mendukung penetapan langsung SHB X sebagai gubernur DIY.

b. Hipotesis Riset

Semakin positif citra SHB X sebagai gubernur DIY, maka masyarakat akan menolak RUUK DIY.

c. Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada hubungan antara citra SHB X terhadap sikap masyarakat DIY.

d. Hipotesis Alternatif (H_a)

Ada hubungan antara citra SHB X terhadap sikap masyarakat DIY.

3. Hubungan X terhadap Y dipengaruhi Z₂

a. Hipotesis Teoritis

Hubungan antara citra SHB X sebagai gubernur DIY dan sikap masyarakat menolak RUUK DIY dipengaruhi oleh etnis seseorang.

b. Hipotesis Riset

Hubungan antara citra SHB X sebagai gubernur DIY dan sikap masyarakat menolak RUUK DIY semakin kuat pada kelompok etnis Jawa Yogyakarta.

c. Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada hubungan antara citra SHB X sebagai gubernur DIY dan sikap masyarakat menolak RUUK DIY setelah dikontrol oleh variabel etnis seseorang.

d. Hipotesis Alternatif (H_a)

Etnis masyarakat memberikan pengaruh pada hubungan antara citra SHB X sebagai gubernur DIY dan sikap masyarakat menolak RUUK DIY.

I. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu pengolahan data yang menghasilkan data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari responden secara tertulis yang diteliti dari kuesioner.

2. Tipe penelitian

Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian eksplanatif, yaitu suatu penelitian yang menjelaskan hubungan saling mempengaruhi antara variable-variabel melalui pengujian hipotesis.

Dalam hal ini peneliti menguji apakah terdapat hubungan antara citra terhadap sikap khalayak, dengan menguji beberapa teori yang dipakai.

3. Metode penelitian

Metode penelitian yang dipakai yaitu survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.⁴³

Jenis penelitian survei yang diambil adalah *cross sectional survey*, dimana sampel akan diambil datanya sekali saja. Penyebaran kuesioner akan dilakukan sekali saja dan data yang didapat langsung diolah.

4. Teknik pengumpulan data

a. Data primer

- Kuesioner, bentuk pertanyaan-pertanyaan berupa daftar mengenai sikap masyarakat terhadap isu keistimewaan Yogyakarta.

b. Data sekunder

- Bahan data sekunder mengenai citra dan segala hal yang berkaitan dengan topik penelitian.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga.⁴⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di kota Yogyakarta yang berdasarkan sensus penduduk tahun 2010 berjumlah 3.457.491 orang.⁴⁵

b. Sampel

⁴³Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1987. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES. Hal 3

⁴⁴ibid. Hal 152

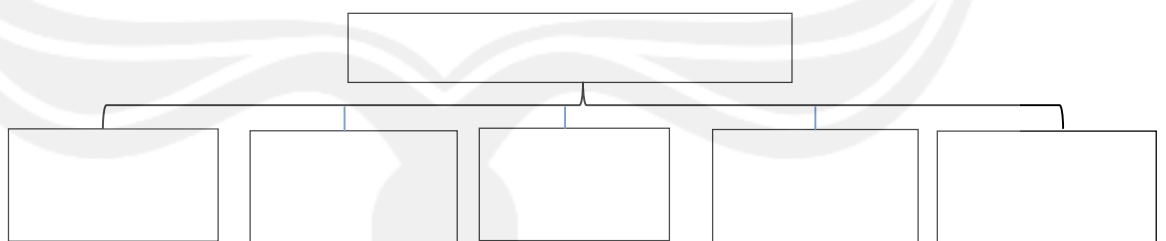
⁴⁵<http://yogyakarta.bps.go.id/brs.html>. Diakses pada 16 November 2010

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Tidak semua populasi akan diteliti dalam penelitian ini, melainkan hanya diambil sebagian saja. Ukuran sampel akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

c. Teknik sampling

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan teknik sampling bertingkat (proportionate stratified random sampling).⁴⁶ Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Seluruh wilayah penelitian yaitu DIY yang telah terbagi dalam segmen-segmen wilayah berdasarkan struktur pemerintahan. Setiap segmen wilayah kemudian dicari jumlah proporsinya berdasarkan jumlah sampel yang didapat menggunakan rumus slovin.

Gambar 2
Alur pengambilan sampel



d. Ukuran Sampel

⁴⁶Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alabeta. Hal 118

Penentuan ukuran sampel bisa dilakukan dengan penghitungan statistik. Penghitungan statistik ini diterapkan baik untuk populasi yang diketahui jumlahnya atau belum.⁴⁷ Penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan:

n = besarnya sampel

N = besar populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi tiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%.

Diketahui total populasi dari penduduk DIY adalah 3.452.390 orang, batas kesalahan yang ditolerir dalam penelitian ini 5% maka pengukurannya:

$$n = \frac{3.457.491}{1 + 3.457.491(5\%)^2}$$

$$n = \frac{3.457.491}{8688,725}$$

⁴⁷Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Hal 160

$$n = 399,953 \text{ (dbulatkan menjadi 400)}$$

Dari perhitungan rumus diatas, diperoleh total sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 400 responden, dengan derajat kebebasan 0,05 atau 5%.

6. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁴⁸

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Product Moment*, yang rumusnya sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} = koefisien korelasi antara nilai total item dengan nilai total

X = nilai item

Y = nilai total item

N = banyaknya item

⁴⁸Imam, Ghazali.2005. *Aplikasi Multivariate dan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 45

Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat validitas kuesioner maka digunakan uji korelasi *bivariate Product Moment Pearson* dengan menggunakan *SPSS Ver 15 For Windows*. Untuk menentukan kriteria valid-tidaknya suatu item instrumen adalah dengan cara membandingkan nilai hitung r dan nilai tabel r . Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka item instrumen dinyatakan valid (r hitung $>$ r tabel = valid).

Adapun untuk menentukan besarnya nilai r tabel adalah dengan menggunakan ketentuan jumlah sampel dikurangi 2 ($db = n - 2$), dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$).⁴⁹ sehingga dalam penelitian ini nilai r tabel (db) = $400 - 2 = 398$, didapatkan nilai r tabel adalah 0,098 untuk taraf signifikansi 5%. Pertanyaan dikatakan valid atau reliabel jika r hitung lebih besar dari r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas, menggunakan koefisien Alpha dari Cronbach. Rumus ini digunakan dalam penelitian ini karena jawaban dalam instrumen ini angket merupakan rentang antara beberapa nilai. Suatu instrument dapat dikatakan reliable apabila memiliki koefisien keandalannya $> 0,6$

⁴⁹Ali Muhidin, Sambas dan Abdurahman, Maman. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. Hal. 35

Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrument

k : butir pertanyaan

σ^2 : Jumlah varians butir

Σ : varians total

Setelah diketahui bahwa semua butir pada masing-masing variabel adalah valid, maka selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach.

Pengujian reliabilitas dilakukan guna menguji konsistensi alat pengukur yang valid untuk mengukur gejala yang sama. Suatu alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Suatu instrumen dinyatakan andal jika memiliki koefisien Alpha Cronbach's $> 0,6$.⁵⁰ Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel, maka seluruh variabel ini dikatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Artinya, kuesioner sebagai alat ukur dalam variabel ini telah memenuhi syarat reliabilitas.

⁵⁰Hair et al., 1998. Multivariate Data Analysis, fifth Edition. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River. Hal. 177

7. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis terhadap data hasil pengisian kuesioner, peneliti akan menggunakan teknik analisis korelasi parsial. Teknik analisis ini akan digunakan untuk melihat hubungan dari citra Sultan Hamengku Buwono X dengan sikap masyarakat terhadap Yogyakarta terkait dengan RUUK. Juga untuk mengetahui adakah pengaruh etnis terhadap hubungancitra Sultan Hamengku Buwono X dengan sikap masyarakat terhadap Yogyakarta terkait dengan RUUK. Dalam penelitian ini analisis data akan dilakukan dengan menggunakan *SPSS Ver 15 For Windows*.

Analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih dari dua variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi ini adalah:⁵¹

- a. Kurang dari $<0,20$ menunjukkan hubungan rendah sekali
- b. $0,20-0,39$ menunjukkan hubungan yang rendah tapi pasti
- c. $0,40-0,70$ menunjukkan hubungan yang cukup berarti
- d. $0,71-0,90$ menunjukkan hubungan yang sangat tinggi.

Untuk mengetahui derajat hubungan, digunakan koefisien korelasi (r), yang nilainya ditentukan sebagai berikut:

⁵¹Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Hal. 168-169

- a. Nilai hubungan antara variabel X dan Y berkisar antara -1 sampai dengan +1
- b. Jika $r > 0$, artinya terjadi hubungan linier positif, yaitu semakin besar nilai variabel X (independent), semakin besar pula nilai variabel Y (dependent), atau sebaliknya.
- c. Jika $r < 0$, artinya telah terjadi hubungan linier negatif, yaitu semakin kecil nilai variabel X (independent), semakin besar nilai variabel Y (dependent), atau sebaliknya.
- d. Jika nilai $r = 0$, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (independent) dan variabel Y (dependent)
- e. Jika nilai $r = 1$ atau $r = -1$, telah terjadi hubungan linier sempurna, sedangkan untuk nilai r yang semakin mengarah ke angka 0 maka hubungan semakin melemah.

Teknik analisis hubungan antar variabel:

1. Teknik analisis variabel Z1 dan X

Dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara tingkat pengetahuan tentang SHB X (Z1) dengan citra SHB X (X) peneliti akan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment bivariat*.

2. Teknik analisis variabel X dan Y

Dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara citra SHB X (X) dengan sikap masyarakat terkait dengan RUUK (Y) peneliti akan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment bivariat*.

3. Teknik analisis variabel X, Y dan Z2

Mengukur hubungan antara etnis (Z2) terhadap variabel X dan Y peneliti akan menggunakan model korelasi parsial. Korelasi product moment digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/ data/ skala interval dengan interval lainnya. Teknik ini digunakan tanpa melihat apakah suatu variabel tertentu bergantung pada variabel lainnya. Simbol korelasi ini ditulis dengan huruf “r”. Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada pengaruh variabel kontrol etnis (Z2) terhadap variabel citra SHB X (X) dan variabel sikap masyarakat terkait dengan RUUK (Y), maka akan menggunakan teknik korelasi parsial yaitu untuk mengetahui ada-tidaknya hubungan di antara variabel-variabel penelitian dengan adanya variabel kontrol. Data ini akan diolah dengan menggunakan *SPSS Ver 15 For Windows*.